

BAŠTINA GORSKOG KOTARA I NJEZINA PRIMJENA: OBLICI MUZEOLŠKE I TURISTIČKE PREZENTACIJE

KLEMENTINA BATINA UDK: 39:069.02:504](497.5-3 Gorski kotar)

Odsjek za etnologiju HAZU-a
Hebrangova 1, 10000 Zagreb

Kategorija: Prethodno priopćenje
Primljeno: 15.07.2004.
Prihvaćeno: 15.12.2004.

Područje Gorskog kotara nalazi se na raskrižju panonskog, dinarskog, mediteranskog i alpskog kulturnog areala. Prepletanjem različitih utjecala nastao je kompleks kulturnih, civilizacijskih i prirodnih vrijednosti koje se prepoznaju kao specifičan regionalni identitet. Regionalna identifikacija nameće se kao potreba u vremenu nastajanja zajedničkog globalnog svijeta i kao nužnost u oblikovanju koncepta nacionalnog održivog razvitka. Prepoznatljiv, suvremeni identitet Gorskog kotara može se očuvati i uspostaviti različitim oblicima muzeološke i turističke prezentacije, odnosno kvalitetnim suodnosom i prožimanjem industrije baštine i turističke industrije. Koncept ekomuzeja Gorskog kotara pridonio bi zaštiti, očuvanju i prezentaciji sveukupne baštine, održao cjelovitost nasljeđenog identiteta i uspostavio model za opstanak i prosperitet cijele regije.

Ključne riječi: Gorski kotar / regionalni identitet / baština / ekomuzej / turizam

1. REGIONALNA IDENTIFIKACIJA I GLOBALIZACIJA

Baština Gorskog kotara, materijalna i nematerijalna, odnosno duhovna, bogata je regionalnim značajkama koje su prepoznate, ali nisu dovoljno vrednovane i predstavljene kao specifičan regionalni identitet. Radi prepoznavanja specifičnog identiteta Gorskog kotara valja odrediti prostorne (zemljopisne, povijesne, bioekološke), gospodarske, kulturološke i etnografske značajke goranske regije.

Regionalna identifikacija, dakle prepoznavanje kulturnih i prirodnih vrijednosti Gorskog kotara, nužna je za oblikovanje koncepta nacionalno održivog razvitka u doba nastajanja zajedničkog globalnog svijeta.

Globalizaciji je posljedica stvaranje "managed identity", što znači društva bez kulture jer ideološko i političko unificiranje svijeta stvara svijet unificirane "instant" kulture, koja je podređena zakonima tržišta. Proces diskulturacije i komodifikacije kulture odnosno njezino pretvaranje u robu, znači gubitak, devaluaciju identiteta, a *identitet kao cjelina kulturnih, civilizacijskih i prirodnih vrijednosti, vis vitalis stvari i ljudi* (Šola, 1997:26-27) jedina je šansa za opstanak i budućnost malih tranzicijskih zemalja kao što je Hrvatska. Upravljeni svijet tako postaje opasnost i prijetnja za očuvanje vitalnih ljudskih vrijednosti, onih vrijednosti koje nas čine različitim od drugih i drugima zanimljivima.

2. TURISTIČKA INDUSTRIJA I INDUSTRIJA BAŠTINE

Atraktivnost, originalnost, autentičnost, izvornost, tradicija samo su neki od termina koji se rabe u turističkoj industriji kao motivacijski čimbenici koji utječu na turističke posjete nekog mjesta i određuju ga kao *destinaciju*. U neku zemlju, regiju, grad ili mjesto privlači nas skup različitih osobina i njihovih odnosa kojima se uspostavljaju razlikovna obilježja i koja se prepoznaju kao specifičan identitet.

Turizam je jedna od *najmasovnijih suvremenih društveno-ekonomskih pojava: društvena* jer podrazumijeva migraciju i aktivnosti turista u potrazi za zadovoljavanjem potreba za odmorom, rekreacijom, zabavom, kulturnim, vjerskim i drugim doživljajima, *ekonomska* jer se u procesu stvaranja materijalnih i organizacijskih uvjeta za zadovoljavanje potreba tih turista stvara temelj za gospodarski prosperitet turističkog mjesta, a samim tim i gospodarski razvoj zemlje.

Kvalitetnim suodnosom i prožimanjem turističke industrije i industrije baštine može se postići razvoj i prosperitet nerazvijenih ili slabije razvijenih područja i pretvoriti ih u turistički zanimljivo odredište, destinaciju iz snova. Iako je glavni motiv turističke industrije ostvarivanje profita, a baštinske su ustanove po svojoj definiciji neprofitne, postoje *činjenice koje se neosporno odnose i na turizam i na baštinske ustanove* (Klarić i Cepić, 2003:213):

✦ *i turizam i baština namijenjeni su javnosti tj. posjetiteljima, te su briga i odgovornost prema posjetiteljima ključne za opstojnost turizma kao i baštinskih ustanova*

✦ *i turizam i baština svoj odnos prema posjetiteljima temelje na resursima, pa je nužna i briga za baštinu kao osnovicu opstanka za obje djelatnosti*

✦ *u osnovici ponude suvremenog turizma i baštinskih ustanova nije materijalni proizvod, već duhovni doživljaj, ili ono nematerijalno.*

Pri tome ne treba zaboraviti na razliku koju pravimo između institucija baštine *kao što su muzeji, arhivi, biblioteke i njihovih zabavljačkih inačica, odnosno industrije baštine* koju čine tematski parkovi, baštinski multimedijски i ostali slični centri diznjevskog tipa.

Institucije baštine kao što su muzeji po svom su određenju neprofitne, znanstveno-istraživačke i komunikacijske ustanove koje same stvaraju svoju poruku radi općeg dobra, dakle društveno su odgovorne. *To nipošto ne znači da muzeji, uza sve, nisu i mjesta zabave i oplemenjene okolice* (Šola, 1999:9). *Industrija baštine* ima u prvome redu zabavni značaj a ponekad i obrazovni ("edutainment" ‡ obrazovna zabava), primarna odgovornost je profitabilnost, a odgovorni su samo onima koji ih financiraju (Šola, 2001:45-46).

Mjesto gdje se najbolje spoznaje slojevitost identiteta jedne zajednice je muzejska institucija. Muzej je medij koji svojim djelovanjem omogućuje zaštitu, preživljavanje i kontinuiranje vrijednosnog sustava i očuvanje kolektivne memorije. Ako je sastavni dio dobro osmišljene industrije baštine, muzej utječe na razvoj turističke industrije, a time postaje i čimbenikom gospodarskog razvitka nekog mjesta, regije ili države.

U takvu suodnosu baštinske i turističke industrije s jedne je strane muzej u ulozi medijatora kolektivnog iskustva koji omogućuje perpetuiranje identiteta, a s druge strane turistička djelatnost u ulozi aktivatora i generatora gospodarskog razvoja. Muzeji trebaju turističku industriju jer im ona organizirano pred vrata dovodi mnogo ljudi, posjetitelja i budućih potencijalnih korisnika koji donose profit, a turizam treba baštinsku industriju jer baština svojim privlačnostima ima sposobnost neku lokaciju pretvoriti u destinaciju (Kirshenblatt-Gimblett, 1998:3). Da bi u svom području djelovanja bili uspješniji, nužno je da turistička industrija uključi i mehanizme identiteta, a muzeji da porade na primjenjivosti marketinga unutar svoje djelatnosti.

3. GORSKI KOTAR ‡ ZELENO SRCE HRVATSKE

Koje su to regionalne značajke i kompleks vrijednosti koji određuju identitet Gorskog kotara, odnosno koji su to motivirajući turistički čimbenici na temelju kojih ova regija može postati turističkom destinacijom?

3.1. Prostorne značajke goranske regije

Gorski kotar je dio središnje Hrvatske smješten između Slovenije na sjeveru i sjeverozapadu, Riječkog primorja na jugozapadu, Ogulinsko-plašćanske udoline, niskog Pokuplja na istoku i sjeveroistoku, Like na jugoistoku. Dok je u prošlosti imao dijelne značajke "hrvatskog koridora" te kao teško pristupačan i prohodan kraj prostorno i politički razdvajao područja primorske i panonske Hrvatske, Gorski kotar od 18. stoljeća nadalje postaje jednim od najvažnijih prolazno-prometnih prostora Hrvatske i poveznica sjevernog Jadrana s urbanim središtima Srednje Europe.

Iako granice između okolnih regija (primorske, slovenske, pokupske i ličke) nije uvijek moguće lako odrediti, područje goranske regije sadrži sljedeće *prevladavajuće prostorno-zemljopisne goranske značajke*: planinski kraj s malim izoliranim krškim proširenjima, bogat i bujan šumski prostor s povezanim krčevinama u pretežno

središnjem prostoru, prirodni i veoma zeleni prostori s brojnim reliktnim i endemičnim vrstama vegetacije, slikovite riječne i potočne doline sa zanimljivim kanjonskim oblicima i podzemnim krškim pojavama.

S obzirom na *populacijske značajke krajolika* prevladavaju raštrkana naselja s manjom koncentracijom stanovnika od kojih su neka izrazito urbana. Cijeli je kraj uglavnom kultiviran, ali se postupno zapuštaju poljodjelska zemljišta (*Gorski kotar*, 1981:7). Snažnije gospodarsko kretanje i relativno veća gustoća naseljenosti obilježje je središnjega kraja – prostora uz glavne prometnice mikroregionalne cjeline, koja odgovara područjima delničke i vrbovske općine. Tu se nalaze najveća goranska naselja: Delnice, Vrbovsko, Skrad, Mrkopalj, Lokve, Fužine. Severinski kraj obuhvaća istočni dio regije u niskom i plitkom kršu oko Dobre, Mrežnice i Korane, a veća su mjesta Bosiljevo, Severin i Lukovdol. Čabar, Gerovo, Tršće i Prezid veća su središta krajnjeg sjeverozapadnog dijela regije poznatog kao Čabarski kraj. Rubni dijelovi regije obuhvaćaju Drežnički ili Velikokapelski kraj te gornje Pokuplje s Kupskom dolinom.

3.2. Etnografske značajke goranske regije

Gorskokotarski etnografski prostor objedinjuje utjecaje alpskog i dinarskog te panonskog i mediteranskog etnografskog područja. Zbog prožimanja ovih utjecaja kao i zbog specifičnih prostornih značajki, stalnih migracija stanovništva i mreže tranzitnih putova i cesta, proizlazi složenost etnografskih odnosa i raznolikost etnografske građe.

Kriterij za uočavanje razlikovnih značajki pojedinih etnografskih sfera je sveukupna materijalna ostavština, odnosno etnografski inventar goranskog sela te dijalektološke specifičnosti jezika u svakodnevnom govoru i zapisanoj usmenosti.

Način uporabe i oblikovanje dvaju osnovnih građevnih elemenata, kamena i drva, u graditeljskoj tradiciji Gorskog kotara kao i trodijelna horizontalna i vertikalna organizacijska strukture kuće u kojoj su svi dijelovi životnog prostora objedinjeni pod istim krovom u jednu funkcionalnu cjelinu, osnovna je pretpostavka na temelju koje je moguće provesti etnografsko zoniranje goranske regije.

Sveobuhvatno, interdisciplinarno istraživanje i analiza seoske tradicijske arhitekture i ambijentalnih vrijednosti gorskokotarskog etnografskog prostora pridonijeli bi određivanju općih i specifičnih etnografskih značajki što je uz ostale prostorne, gospodarske, kulturološke, antropološke značajke bitan preduvjet za prepoznavanje goranskog identiteta i planiranje strategije održivog razvitka ove regije.

3.3. Čimbenici turističke ponude

Kompleks turističke ponude sastoji se od tri osnovne skupine čimbenika koji utječu na stvaranje i jačanje turizma jer privlače posjetitelje u pojedina turistička mjesta, prevoze ih, pružaju im odgovarajući smještaj i rekreacijske sadržaje.

Atraktivni ili privlačni čimbenici djeluju privlačno zbog skupa prirodnih elemenata neke geografske sredine ili zbog društvenih obilježja nastalih kao proizvod ljudske aktivnosti.

Prirodni (biotropni) faktori gorskokotarske regije su vrlo kvalitetni, važna su osnova za oblikovanje turističke ponude mjesta, a vrijednost ponude se očituje u sljedećim elementima: *klima* (svježa planinska i omogućava dvosezonsko turističko poslovanje ljeti i zimi); *hidrografski elementi* (jezera: Omladinsko jezero kraj Lokava, Bayer kraj Fužina, rijeke s vodopadima i slapovima: Kupa, Čabranka, Dobra); *reljef* (geomorfološke pojave, podzemni krški oblici, do danas je registrirano više od 210 pećina, jama, ponora i ledenica: pećina Hajdova hiža (Delnice), Lokvarska pećina, Pećina vrelo (kraj Fužina), Muževa hižica (na južnom izlazu kanjona Vražji prolaz, u njoj je navodno pronađena čovječja ribica), Zeleni vir (kraj Skrada), Medveja pećina (kraj Lokava, poznata kao obitavalište prethistorijskog pećinskog medvjeda), Bukovac (nedaleko od Lokava, pronađeni su tragovi pračovjeka), Pilarova ledenica (nedaleko od Mrkoplja), Ledena pećina (Lokve) i dr.); *flora* (crnogorična šuma, bujno zelenilo pašnjaka, šumski cvjetni proplanci i lazevi) i *fauna* (bogatstvo divljači u šumskim predjelima i bogatstvo slatkovodnih riba). U *posebne prirodne privlačnosti*, odnosno u prostorna područja koja su pod posebnim režimom i zaštitom države kao vrlo vrijedni kompleksi žive i nežive prirode sa sačuvanim ili neznatno izmijenjenim ekosustavima ubrajaju se Nacionalni park Risnjak, park šuma Golubinjak (Lokve), park šuma Japlenški vrh (Delnice), strogi rezervat prirode Bijele i Samarske stijene (Mrkopalj), rezervat Vražji prolaz i Zeleni vir (Skrad).

Društveni ili antropični atraktivni faktori turističke ponude su *kulturnopovijesni spomenici, kulturne ustanove i kulturne manifestacije, zabavne, sportske, gospodarske i druge atraktivne priredbe i ustanove* koje svojom zanimljivošću i značajem privlače turiste i čine neko mjesto, područje ili zemlju poznatim. Kulturnopovijesno nasljeđe Gorskog kotara još uvijek nije dovoljno istraženo niti potpuno valorizirano. Prema podacima Državne uprave za zaštitu kulturne i prirodne baštine na području Gorskog kotara evidentirano je oko stotinu, a u Registar nepokretnih spomenika kulture upisano oko dvadeset pojedinačnih spomenika, spomeničkih i prostornih cjelina. Posebno su vrijedne: *arheološka zona u Prezidu* (primjer kasnoantičkog limesa); *seoske cjeline Colnari i Delači* (općina Brod Moravice); *etno zone: Velika Lešnica* (Delnice), *Delači-Maklen-Moravička sela* (općina Brod Moravice); *etno spomenici: kuća Delač, kuća Ožanić* (Delači), *kuća Mance* (Kuti); *pojedinačni objekti: kuća Rački* (Delnice), *kuća Ožbolt, kuća Lipovac, kuća Vesel* (Prezid); *memorijalne građevine: Matić poljana* (Mrkopalj). Uz navedene izdvojene primjere ruralnog i urbanog graditeljstva te posebno značajne prostore, vrijedno je spomenuti obrambeno-stambene komplekse zrinsko-frankopanskih gradova izgrađenih u razdoblju od 15. do 17. stoljeća u Brodu na Kupi, Severinu na Kupi, Čabru, Bosiljevu i Staroj Sušici te sakralnu arhitekturu jednostavnih tlocrtnih i oblikovnih značajki sa specifičnim masivnim zvonikom s fortifikacijskim obilježjima.

Komunikativni ili prometni čimbenici uključuju dobru prometnu povezanost te svu potrebnu dodatnu infrastrukturu i opremljenost. Gorski kotar je vrlo rano bio

tranzitno prometno područje te je magistralnim cestama, Karolinom, Lujzijanom i Jozefinom, koje su građene u intervalima od početka 18. do početka 19. stoljeća, i željezničke pruge koja je izgrađena 1875. godine povezivao područje kontinentalne i primorske Hrvatske. Danas se gradi moderna autocesta Zagreb-Rijeka, koja će preko Gorskog kotara biti važna prometna veza Srednje Europe i sjevernog dijela Jadrana i svakako važan čimbenik turističkog i gospodarskog razvitka.

Receptivni ili prihvatni čimbenici čine onaj dio turističke ponude koji je namijenjen prihvatu turista, odnosno obuhvaća turističko-komunalnu infrastrukturu. Turističko smještajni kapaciteti koncentrirani su u Delnicama, Fužinama, Skradu, Lokvama i Čabru, dok se u ostalim gradovima i mjestima turističko-ugostiteljska privreda sporo razvija pa se može, na žalost, zaključiti da su ugostiteljski i smještajni kapaciteti ograničavajući faktor razvoja turizma u Gorskom kotaru.

Kratka analiza čimbenika turističke ponude pokazuje da unatoč brojnim prirodnim i društvenim atraktivnim faktorima veći turistički razvoj Gorskog kotara nije moguć sve dok se ne osiguraju prikladni ugostiteljski i smještajni kapaciteti s pratećim sportsko-zabavnim sadržajima te dok se ne izgradi moderna prometnica sa svom potrebnom infrastrukturom.

Bogatstvo prirodnih resursa i ostale navedene privlačnosti dobra su osnova za razvoj *različitih oblika turizma* kao što su zdravstveni, seoski, sportski, lovni i ribolovni. Turizam u ljetnim mjesecima dosad je donio više prihoda nego zimski jer opremljenost i infrastruktura skijališnih centara (Mrkopalj, Delnice, Platak, Begovo Razdolje, OC Bjelolasica) ne zadovoljavaju potrebe suvremenih skijaša bez obzira na dobre prirodne uvjete.

Svukupna turistička ponuda regije može zadovoljiti različite skupine turističkih potrošača pa se tako, na primjer, uz obiteljski, dječji, omladinski i turizam treće dobi usporedno mogu razvijati vrlo popularni oblici aktivnog pustolovnog turizma kao što su brdski biciklizam, kajakaštvo i rafting.

S obzirom na blizinu mora i sezonsku migraciju turista potrebno je organizirati kraće boravke radi predaha i odmora kao izletnički i tranzitni turizam.

4. OBLICI MUZEOLOŠKE I TURISTIČKE PREZENTACIJE

Seoska tradicijska arhitektura, seoske cjeline i krajolik Gorskog kotara prepoznati su kao prostorno visoko kvalitetni. Stvorili su ih pojedinci koji su izvorne vrijednosti, mudrost i ljepotu znali oprostoriti u onom obliku koji najbolje odgovara njihovim životnim potrebama.

Upravo zbog tih značajki seoska prostorna baština zaslužuje kvalitetnu zaštitu, valorizaciju i prezentaciju svojih vrijednosti jednako kao i odabir najprimjerenijih načina za uključivanje u tijekove suvremenog života. Integracija u suvremeni život podrazumijeva davanje specifičnih namjena, a moguća rješenja i oblike uporabe moguće je tražiti u sferi turizma i različitim oblicima muzeološke prezentacije.

4.1. Od muzeja na otvorenom do ekomuzeja

Muzejska struka poznaje različite oblike zaštite seoskih cjelina.

Muzej na otvorenom je *zbirka spomenika graditeljstva koja se nalazi u slobodnom prostoru* (Maroević, 1984:18). Zaštita "**in situ**" je jedan oblik muzeja na otvorenom u kojem su spomenici graditeljstva zaštićeni i tretirani na mjestu na kojem su izgrađeni dok drugi oblici takvog tipa muzeja na istom mjestu prikupljaju i prikazuju arhitekturu koja je prenesena iz različitih prirodnih cjelina. Za razliku od muzeja na otvorenom, koji uz etnografske mogu imati i druge sadržaje, **etnopark** prezentira etnološke sadržaje tako da premješta spomenike narodnog graditeljstva na odabranu lokaciju ili da ansambl čuva "in situ", a uz odabrana muzeološka rješenja uključuje i njeguje različite aktivnosti iz seoskog života.

Koji oblik muzeološke zaštite i prezentacije odabrati kao najbolje rješenje?

Ako je selo sačuvano kao cjelina arhitekture i krajolika, odnosno kao zbroj specifičnih međusobnih odnosa kuća, okućnica, parcela, putova, cesta i ostalih javnih sadržaja, tada se takav ambijent muzeološki obrađuje i čuva "in situ". Ako je selo izgubilo svoju fizionomiju i ne postoji kao osobito značajna cjelina nego samo kao nekoliko značajnih objekata, tada se ti objekti premještaju u etnopark.

Svaka koncepcija muzeja na otvorenom koja nije "in situ" *stvara artificijelni prostor, umjetne suodnose i dovodi do suživota objekata i dijelova naselja kakvi nikada nisu postojali* odnosno *stvara muzeološku interpretaciju seoskog prostora* (Maroević, 1984:342).

Muzeji na otvorenom koji njeguju nastajanje i razvijanje "in situ" oko postojećih prirodnih jezgri, u velikoj mjeri etnografski i regionalni muzeji, zatim sve veća težnja za jačim sponama između čovjeka i prostora aktivnim djelovanjem u prostoru, potreba za očuvanjem i kontinuiranjem kulturnog identiteta i tradicije kao i potrebe za društvenim angažmanom i participacijom, dovode do nove koncepcije muzeja: ekomuzeja (Maroević, 1984:18).

Ekomuzej je institucija koja za razliku od tradicionalnog muzeja proširuje svoje djelovanje na sveobuhvatnu ljudsku okolinu, *cjelovito nasljeđe određene zajednice, uključujući cijeli prirodni ambijent i kulturni milieu* te je tako *nosilac općeg sudjelovanja u planiranju zajednice i njenog razvoja* (Šola, 1990:4).

Ekomuzej nastoji izbjeći barijere institucionalizma: obuhvaća cjelovit teritorij i *sve što je valorizirano i zabilježeno kao važno (zgrade, urbane cjeline, privredni objekti, prirodne pojedinosti ili ansambl, događaji, pojedinci itd) i ne može biti smješten u jednoj zgradi niti samo u zgradama* (Šola, 1990:4).

Podrazumijeva angažman i aktivno sudjelovanje stanovništva u radnom procesu putem kulturnih akcija koje se organiziraju prema konfiguraciji određenog identiteta i potreba određene regije ili područja.

Ovaj novi oblik muzejske prakse zaštite identiteta mogao bi postati sredstvo za prepoznavanje vrijednosti sveukupnog nasljeđa Gorskog kotara i poticaj za regionalni razvoj.

4.2. Ekomuzej i mogućnost njegove primjene na području Gorskog kotara

Kako koncepcija ekomuzeja može pomoći u prepoznavanju, očuvanju i preživljavanju identiteta i potaknuti razvoj gorskokotarske regije?

Ekomuzej se uspostavlja kao mreža sa središnjom primarnom točkom i sa svojim ispostavama koje ne nalikuju tradicionalnoj muzejskoj zgradi, nego su to pojedinačni objekti ili kompleksi prepoznati kao dio lokalnog identiteta. Na području Gorskog kotara za takve bi centre mogli poslužiti pojedini primjeri ruralnog i urbanog graditeljstva kao što su seoske i građanske tradicionalne kuće, seoske cjeline i etnozone, kompleks zrinsko-frankopanskih gradova, stara škola, prodavaonica ili gostionica te gospodarski objekti i cjeline kao, na primjer, stari mlin, napušteni rudnik, tvornica ili manufaktura, zapušteno imanje.

Svi se ti objekti, nakon provedenih istraživanja i primjene mjera zaštite, mogu uključiti u život različitim aktivnostima u kojima većinom sudjeluje lokalno stanovništvo dok stručno osoblje osigurava održavanje potrebnih oblikovnih kvaliteta i profesionalnog standarda. Način i vrsta izvedbe ovise o stvarnoj, zatečenoj situaciji na terenu, odnosno o "umirućem" identitetu koji ekomuzej oživljava i vraća mu lokalni kolorit.

Goranska etnografija je bogata, raznolika i zanimljiva i nakon što se potpuno istraži valja pronaći odgovarajuće oblike predstavljanja sveukupne materijalne i nematerijalne baštine. Gdje god i kad god je to moguće potrebno je, uz stalne muzejske postav organizirane u izložbenim centrima, organizirati "aktivne" prezentacije na otvorenom, omogućiti "oživljavanje" izloženih predmeta odnosno dopustiti im da nam govore o svojoj prošlosti svojom nekadašnjom namjenom.

Tradicijsko rukotvorstvo i zanatstvo, te ostali oblici tradicijske proizvodnje i gospodarskih djelatnosti kao što su proizvodnja i obrada drva, proizvodnja ekološke hrane, izrada suvenira, pčelarstvo, skupljanje gljiva i ljekovitog bilja, osnovna su pretpostavka za pokretanje niza lokalnih akcija raspršenih na cijelom prostoru ekomuzeja. Lokalno stanovništvo ima sve potrebne kvalifikacije da znanja i vještine svojih predaka prezentira zainteresiranim skupinama posjetitelja, ali i da ih sačuva kao dio kolektivne memorije za buduće naraštaje.

Priredbe seoskih folklornih društava, tradicionalne pučke *fešte* na otvorenom kao što su "zlatni kotlić", "marohlinijada", "žabarska noć", glazbeni susreti i koncerti, likovne radionice, lovačke manifestacije, škole u prirodi, glumačke izvedbe na otvorenom, sportska natjecanja i sl., uobičajeni su dio turističke ponude Gorskog kotara, ali su ujedno i aktivnosti koje ispunjavaju zadaću ekomuzeja: razonoditi, zabaviti, educirati, istražiti, re-kreirati posjetitelja, sačuvati baštinu, objasniti odnose i veze između prirodnih uvjeta i kulturnog, tehničkog i ekonomskog razvoja jedne zajednice, odnosno obuhvatiti sve sastavnice identiteta.

Nematerijalna baština Gorskog kotara bitna je odrednica njegova identiteta. Specifična antropologija krajolika potaknula je vitalne, kreativne sile slikara, pisaca,

pjesnika i ostalih umjetnika koji su svoj doživljaj toga kraja izražavali interpretirajući goranske motive.

Ljepota goranskog pejzaža probudila je bogatu maštu i imaginaciju koja je svoj izražaj ostvarila u pučkom praznovjerju i moralno-idejnim poukama narodnih pripovijetki te u bajkovitom svijetu spisateljice Ivane Brlić Mažuranić.

Začarana šuma, vjerovanje u drveće, odnosno drvo koje živi i daje život, vatra i kućno ognjište, neki su od motiva oko kojih su ispričane *Priče iz davnine*, ali su ujedno i dio etnografske kulture i života stanovnika Gorskog kotara. Upravo zbog ovog preklapanja izvornog i fantastičnog, kao i zbog činjenice da je projekt *Priče iz davnine* zbog svog estetskog i multikulturnog značenja postao hit ovogodišnje svjetske konferencije o digitalnim medijima "Dust or Magic" održanoj u Oxfordu u Velikoj Britaniji, potrebno je pronaći načine predstavljanja ovog projekta unutar ekomuzeja Gorskog kotara. Projekt je predstavljen na PC CD-ROM-u u četiri animirane interaktivne priče u adaptaciji međunarodne ekipe animatora, glumaca, glazbenika, ilustratora, programera, a odabrane priče mogle bi se ispričati i oživjeti u okviru tematskog parka ekomuzeja uz pomoć interpretatora i komunikatora baštine. U doba Harryja Pottera i ostalih fantastičnih junaka ovaj bi projekt bio prava atrakcija.

Ekomuzej bi također trebao naći oblik kojim će zanimljivo i atraktivno interpretirati i predložiti neke likove preuzete iz usmene književnosti. *Div-Goranin Petar Klepec* personifikacija je idealnog predstavnika goranskog naroda. On je junak osobite snage koji se borio s Turcima i za svoje zasluge dobio plemstvo u Beču, a umro je u Budimu kao poznati trgovac i slavni junak. Za razliku od Klepca, koji je mogao biti i stvarna osoba, *Mužek* je čovječuljak koji se skrivao u pećini nedaleko od Vražjeg prolaza, izbjegavao je dodir s ljudima, ali im je kao dobri šumski duh pomagao. Da ga ljudi ne bi primijetili, pretvarao se u grane i korijenje koji su dobivali organske oblike. *Mužek* je domaći izraz za alraune, figure koje se izrađuju od izobličenog korijenja i granja raznovrsnog drveća tako da se vještini, ali po mogućnosti minimalnim intervencijama u materiju, dobivaju "oživotvorene" skulpture ljudi, životinja, ptica i sl. Drvo je dakle osnovni materijal: sredstvo za život, materija za umjetničko oblikovanje, izvor pučke imaginacije.

Osim izrade alrauna drvo može poslužiti za izradu goranskih suvenira: drvenih figurica, figura od češera, drvenih košara od pruća, pirografije i drugih suvenira što uz ostale lokalne proizvode može postati dio prepoznatljivog identiteta i turističke ponude, te dodatni izvor zarade stanovništva.

4.3. Ekomuzej i dio turističke ponude Gorskog kotara

Djelatnost ekomuzeja Gorskog kotara omogućila bi cjelovitu, kvalitetnu i atraktivnu prezentaciju njegovih vrijednosti, odnosno sveukupne baštine koja bi tako postala i dio prepoznatljive turističke ponude.

S obzirom na brojnost atraktivnih prirodnih i društvenih privlačnih čimbenika, mogu se razvijati različiti oblici turizma od kojih su svakako najzanimljiviji *ruralni turizam, ekoturizam, gastroturizam*, te specifični oblici *kulturnog turizma*.

U suradnji s turističkom posrednicima moguće je osmisliti i uspješno realizirati turističke itinerare koji bi zanimljivo interpretirali teme vezane uz različite segmente baštine, kao npr. *Putovima Zrinskih i Frankopana, Dobro došli u Šumu Striborovu, Upoznajte ljepote netaknute prirode* i slično.

Ipak, ekomuzeji nisu osmišljeni zato da stvaraju posebnu ponudu za turiste ⁂ oni su tu prije svega poradi lokalne zajednice i njezina stanovništva da bi očuvali njihov identitet, a ako su zanimljivi i atraktivni, bit će i dobro posjećeni. Nužno je, dakle i korisno, osigurati kvalitetnu suradnju turističkog i kulturnog područja jer turizam kao jedna od najmasovnijih suvremenih društveno-ekonomskih pojava osigurava kretanje i aktivnosti turista koji traže odmor, rekreaciju, zabavu, kulturne, vjerske i druge doživljaje i time stvara temelj za gospodarski prosperitet turističkog mjesta i osigurava privredni razvoj zemlje.

5. ZAKLJUČAK

Inovacija ekomuzeja znači nov početak za tradicionalnu muzejsku praksu i teoriju: pomak s institucija baštine na fenomen cjelokupne baštine (totalnog okoliša), jači društveni angažman, senzibilizaciju i participaciju lokalnog stanovništva, svijest o potrebi uključivanja baštine u sve aspekte svakidašnjeg života, svijest o postojanju i vrijednosti vlastitog identiteta.

Koncept ekomuzeja Gorskog kotara pridonio bi zaštiti, očuvanju i prezentaciji sveukupne baštine na prostoru Gorskog kotara, održao bi cjelovitost naslijeđenog identiteta, sačuvao bi ga za buduće generacije i uspostavio model za opstanak i prosperitet cijele regije.

Prije poduzimanja bilo kakve aktivnosti, *regulirane baštinske akcije in situ*, potrebno je znanstveno proučiti i odrediti složeni identitet Gorskog kotara uz zajednički angažman i napor stručnjaka kao mogućih interpretatora i komunikatora baštine u jednakoj mjeri kao i cijele zajednice.

Potrebno je razraditi i osmisliti dobru marketinšku strategiju koja bi stvorila dobar imidž ekomuzeja kao prepoznatljivog kulturnog identiteta mjesta i koja bi spregom ekomuzeološkog koncepta i održivog razvoja osigurala prosperitet i budućnost vlastitog identiteta.

Onog trena kad se prepoznaju i istraže sve značajke gorskokotarske regije i svi oni elementi koji čine regionalni identitet kao što su: pojedinačni spomenici i područja, krajolik, narodni običaji, prirodne vrednote, društveni odnosi, odnos prema prošlosti, jezik, tradicionalno odijelo, prehrambene navike i dr., tada će ekomuzej dobiti šansu da sve ove elemente drži na okupu kao ogrlica svoje perle i da ih sačuva za buduće generacije u svom njihovom bogatstvu i cjelovitosti.

LITERATURA

DAVIS, Peter (1999): *Ecomuseums*. Leicester University Press, London i New York.

GOTTHARDI-PAVLOVSKI, Beata (1978): Predajno graditeljstvo i organizacija seoskog stambenog prostora Gorskog kotara. U: *Tradicionalna stambena kuća*, zbornik referata s 29. savjetovanja udruženja Arbeitskreises for Hausforschung, Zagreb (29.08.- 01.09.1978), str. 225-244.

GORSKI KOTAR, monografija, (1981): Šumsko gospodarstvo Delnice, Delnice.

KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara (1998): *Destination culture (Tourism, Museums and Heritage)*, (prev. Ivo i Domagoj Maroević). University of California Press, Berkley, Los Angeles i London.

KLARIĆ, Vlasta - ŽIC CEPIĆ, Neda (2003): Specifični vidovi kulturnog turizma. U: 6. seminar Arhivi, knjižnice, muzeji: zbornik radova. Hrvatsko knjižničarsko društvo, Zagreb, str. 210-220.

MARKOVIĆ, Mirko (2003): *Gorski kotar (stanovništvo i naselja)*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

MARKOVIĆ, Zora (1987): *Osnove turizma.*, Školska knjiga, Zagreb.

MAROEVIĆ, Ivo (1984): Od muzeja na otvorenom do eko-muzeja. U: *Informatica Museologica*, br.1-3. Muzejski dokumentacijski centar, Zagreb, str. 18.

MAROEVIĆ, Ivo (1986): Seoska prostorna baština. U: *Sadašnjost baštine*, Zagreb, str. 342.

ŠOLA, Tomislav (1997): *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji (prema kibernetičkom muzeju)*; prijevod izvornika: *Essays on museums and their theory (towards the cybernetic museum)*. The Finnish Museums Association, Museological Publications I.

ŠOLA, Tomislav (1999): Baštinske ustanove na razmeđu ili gdje je granica između "pravog" muzeja i njegove zabavljake inačice? (rukopis, radna verzija), tekst predavanja na savjetovanju "Arhivi, knjižnice, muzeji '98", Poreč, 'U: *Radna skripta za studente IV. godine Muzeologije, odabrani tekstovi*, Zagreb, str. 1-14.

ŠOLA, Tomislav (1999): Eko-muzej Blaca. U: *Radna skripta za studente IV. godine Muzeologije, odabrani tekstovi*, Zagreb, str. 1-7.

ŠOLA, Tomislav (2001): *Marketing u muzejima ili o vrlini i kako je obznaniiti*. Hrvatsko muzejsko društvo, Zagreb.

OSTALI IZVORI

"Priče iz Davnine" - hit u Velikoj Britaniji: www.dustormagic.com

HERITAGE OF GORSKI KOTAR AND ITS APPLICATION: FORMS OF MUSEUM AND TOURIST PRESENTATION

Summary

The region of Gorski Kotar is situated on the meeting point of the Pannonian, Dinaric, Mediterranean and Alpine cultural areas. The saturation of different influences, as well as the specific spatial characteristics, ongoing migrations of the population and the network of transit roads created a complicated complex of cultural, civilisational and natural elements that can be recognized as a specific regional identity. Regional identification is an inevitable need in times of the creation of a common global world and as a necessity within the process of formation of the concept of national sustainable development. The recognizable identity of Gorski Kotar can be kept and founded by different forms of museum and tourist presentation, that is, by a well-built relationship and co-work of the industry of heritage and the tourist industry. It is thus necessary to look into the possibility of application of certain type of museum that is the best when it comes to recognize the multi-layered identity of a community and, on the other hand, it is necessary to find out which factors of the tourist offer are motivating (attractive factors, communication or traffic factors and receptive factors) for the region to become a destination. A complete, interdisciplinary research of spatial (geographical, historical, bioecological), ethnographic, economic, cultural and other characteristics of the Gorski Kotar region would be a contribution towards the recognition of the specific spatial identity, and the concept of the Gorski Kotar eco-museum as a new form of museum practice of identity preservation would be a contribution towards the preservation, keeping and presentation of the entire heritage of Gorski Kotar. The activities of eco-museum would enable a complete, high-quality and attractive presentation of the region's values and would thus become a part of its recognizable tourist offer, as well as founding the model for the survival and prosperity of the whole region.

Key words: Gorski Kotar / regional identity / heritage / eco-museum / tourism